



INFORME MUJERES E INDUSTRIA TI

ÍNDICE

Introducción y metodología	1
Contexto	2
Resultados	4
Relevamiento mediante encuesta	4
Muestra	4
Valoraciones generales	5
Atracción y contratación del talento femenino	10
Gestión de talento femenino	13
Egreso	18
Recomendaciones	19
Perspectivas sobre las mujeres y la industria TI	20
Oportunidades para las mujeres en la industria	20
Escasez de candidatas en los llamados laborales	20
Herramientas y estrategias de monitoreo	23
Presencia femenina en roles organizacionales	24
Equipos de trabajo y entorno laboral	24
Vida laboral y familiar	27
Conclusiones	28
Referencias bibliográficas	30

INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

En las últimas décadas, la industria de la tecnología de la información (TI) ha experimentado un crecimiento exponencial, convirtiéndose en un pilar fundamental de la economía global y una fuente crucial de innovación. Sin embargo, a pesar de los avances significativos en diversas áreas, la equidad de género sigue siendo un desafío dentro de este sector.

Este informe tiene como objetivo examinar la situación actual de las mujeres en la industria TI uruguaya, identificar las barreras que enfrentan y destacar las iniciativas y políticas que se están implementando para promover su inclusión. A través de un análisis detallado de datos y testimonios, se busca contribuir a la comprensión de los desafíos y oportunidades que existen para las mujeres en esta industria.

Se exploran diversas áreas clave, incluyendo la representación femenina tanto en el empleo general de las empresas como en roles técnicos, las prácticas de atracción, contratación y gestión del talento femenino, así como las perspectivas sobre la participación de las mujeres en el sector.

La metodología utilizada fue mixta, constituida por la aplicación de una encuesta autoadministrada de carácter anónimo entre octubre y noviembre de 2024, en la que se sugirió que fuera respondida por personal vinculado a la gestión de talento de las empresas socias de Cuti. En la misma se obtuvo un total de 58 respuestas. En segundo lugar, en el mismo período se realizaron tres grupos focales compuestos por mujeres que forman parte de las organizaciones, con diversos roles dentro de empresas tecnológicas en Uruguay, de distintas nacionalidades y de diferentes puntos del país para conocer sus experiencias en el sector. Cada grupo contó con la participación de un promedio de ocho mujeres y fueron conformándose a partir de una convocatoria realizada por parte de la Comisión de Equidad e Inclusión de Cuti.

El informe se constituye de cuatro capítulos. En principio, la presente sección expone la introducción y metodología del estudio, y un segundo capítulo de antecedentes expone aquellos datos ya construidos vinculados a la temática. Luego, se presentan los resultados de los análisis alcanzados a partir de las técnicas utilizadas y, en última instancia, las conclusiones correspondientes.

CONTEXTO

De acuerdo con Deloitte (2022), la participación de las mujeres es cada vez más notoria en el sector y resulta clave para la innovación y el crecimiento de las organizaciones. En su estudio, que incluyó la participación de 5,000 mujeres de diez países, se identificaron avances significativos en materia de inclusión y diversidad. Sin embargo, los hallazgos también subrayan la necesidad de reformular las condiciones laborales para las mujeres en el contexto postpandemia, enfocándose en aspectos como la adopción de horarios flexibles y la generación de mayores oportunidades de desarrollo profesional.

En Uruguay, el Informe Anual del Sector TI (Cuti, 2024) sostiene que el empleo de la industria TI se encuentra cubierto solo en un 33% por mujeres, disminuyendo esta participación en dos puntos porcentuales desde el año anterior. En efecto, se identifica un aumento en la brecha de género en 2023, que registraba una leve disminución en 2022. Este informe identifica también que esta representación se reduce aún más al observar los cargos de especialistas TI, cargos de gerencia y cargos de dirección.

Asimismo, se encuentra una menor presencia de mujeres en la formación en carreras vinculadas a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Según el Informe de Formación Académica en TIC (Cuti, 2024b), el peso de las mujeres es del 29% en los ingresos a estas carreras, de 26% en la matrícula y 34% a nivel de egresos, porcentajes que se mantienen relativamente estables en los últimos años. Sin embargo, la brecha de género en los egresos ha disminuido de 58 puntos en 2018, a 31 en 2022 y, al comparar los niveles de egreso entre los hombres y entre las mujeres, se observa en los niveles de formación técnico y de grado una mayor tasa de egreso femenina que masculina, mientras en el nivel de posgrado esta relación se invierte. En este sentido, se puede aducir que las mujeres tienen una menor participación en este tipo de formación, sin embargo, no necesariamente menor éxito.

Por otro lado, según el informe Uruguay: Informe de Talentos en el sector TI elaborado por Microsoft y Cuti (2023), en Uruguay se cuenta con 21.846 personas que han adquirido al menos una habilidad en TI. De este conjunto, solamente el 21% son mujeres, conformando una brecha de género de 58%, valor próximo a la brecha promedio de la región (59%).

A los efectos de mitigar esta inequidad, múltiples iniciativas como Mujeres en el Sector Tecnologías de la Información (MTSS), Girls in Tech Uruguay y Mesa Interinstitucional Mujeres en Ciencia, Innovación y Tecnología (OPP, UdelaR y MIDES), buscan fomentar la participación femenina en el sector (Cuti 2024c).

Si se analiza comparativamente con otros sectores, según datos del Ministerio de Desarrollo Social (2022), el rubro de información y comunicación tiene uno de los más bajos niveles de empleo femenino, posicionándose con el 31% por encima de solamente tres rubros (Construcción, Transporte y almacenamiento, y Agropecuaria, pesca, caza, y explotación de minas y canteras) y por debajo de otros once rubros de actividad. Asimismo, se encuentra 15 puntos porcentuales por debajo del promedio de empleo femenino.

En resumen, la situación de las mujeres en la industria TI de Uruguay refleja avances importantes en algunos aspectos, como la reducción de la brecha de género en los egresos académicos y la existencia de iniciativas orientadas a fomentar su participación. Sin embargo, persisten desafíos significativos, como la baja representación en el empleo general del sector, especialmente en cargos de liderazgo y especialización, así como la menor adopción de habilidades específicas en tecnología. Estos indicadores enfatizan la necesidad de fortalecer estrategias integrales que promuevan tanto la incorporación como el desarrollo sostenible de las mujeres en el sector TI, atendiendo a las dinámicas estructurales que aún limitan su plena participación y contribución en esta industria clave para el desarrollo del país.

RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados obtenidos mediante las dos técnicas empleadas en el estudio. El capítulo se estructura en función de estas técnicas, comenzando con el análisis de los datos de la encuesta y, a continuación, exponiendo los hallazgos derivados del análisis de los grupos focales.

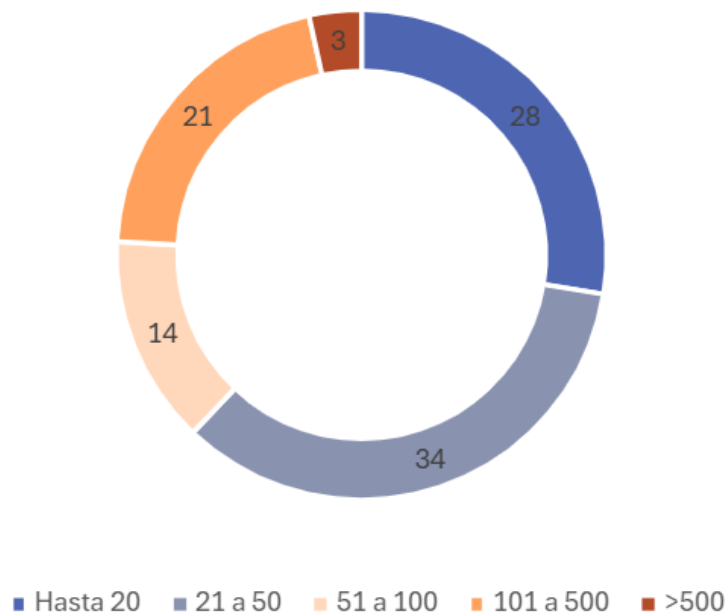
RELEVAMIENTO MEDIANTE ENCUESTA

Los resultados de la encuesta se presentan de manera escalonada. En primer lugar, se describe la composición de la muestra que participó en el relevamiento y, a continuación, se exponen diferentes valoraciones generales sobre la temática abordada. Posteriormente, se profundiza en los resultados correspondientes a cada etapa dentro de la organización: atracción y contratación, gestión del talento femenino y, finalmente, su egreso.

MUESTRA

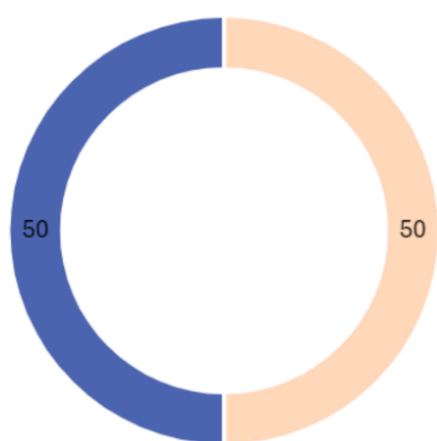
La muestra del relevamiento incluyó 58 empresas distribuidas según su tamaño de la siguiente manera: el 28% cuenta con hasta 20 colaboradores, el 34% tiene entre 21 y 50, y el 14% cuenta con 51 a 100 colaboradores. Además, un 21% agrupa de 101 a 500 colaboradores, mientras que el 3% restante supera los 500.

Gráfico 1. Porcentaje de empresas por cantidad de colaboradores

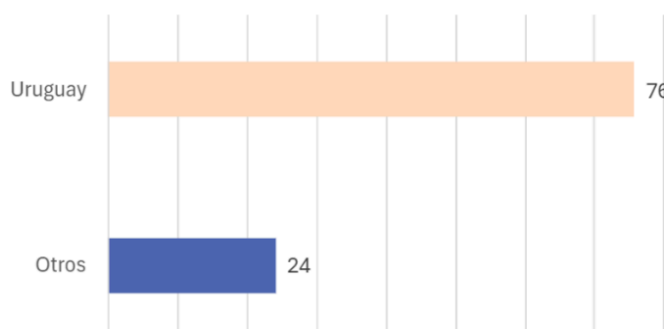


Respecto a la presencia internacional, la mitad de las empresas que participó del relevamiento tiene presencia física en diversos países mientras que la otra mitad cuenta con presencia únicamente en Uruguay. De las 29 empresas que cuentan con presencia física en diversos países, 22 (76%) tienen su casa matriz en Uruguay y las siete restantes (24%) en otros países.

Gráfico 2. Presencia física internacional (% del total de empresas) (izq) y Gráfico 3. Lugar donde se ubica la casa matriz (% sobre las 29 empresas con presencia internacional) (der.)



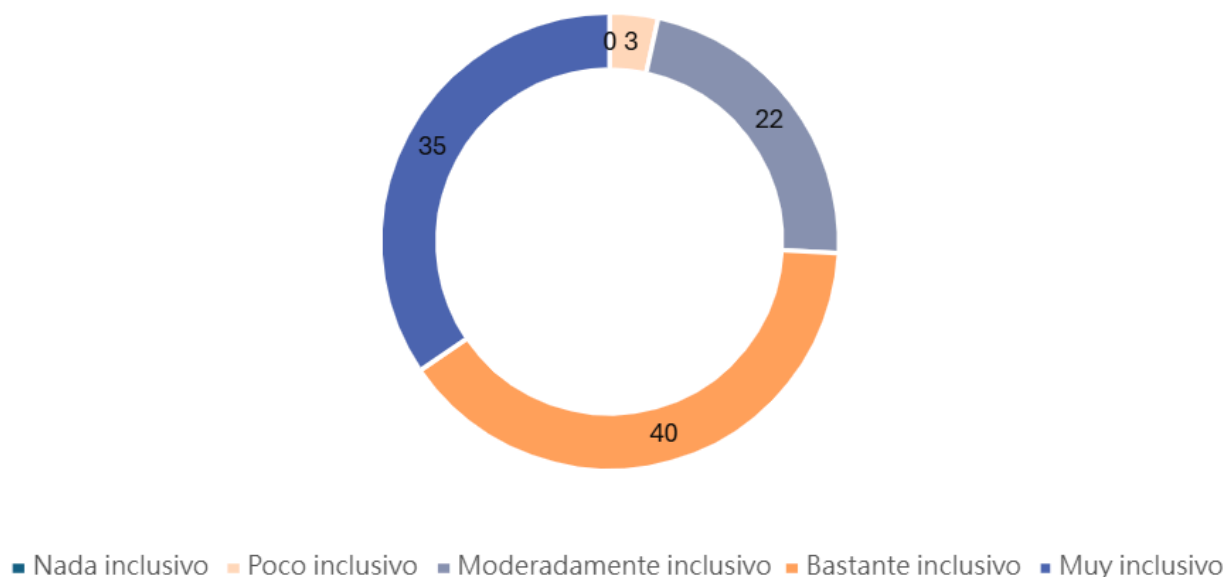
■ No, solo en Uruguay ■ Si



VALORACIONES GENERALES

Al consultar acerca de la percepción del ambiente laboral en términos de inclusión de género en la empresa, se observa que el 35% de las organizaciones lo considera como muy inclusivo y otro 40% bastante inclusivo. Por otro lado, un 22% de empresas considera al ambiente como moderadamente inclusivo y el restante 3% poco inclusivo. Es importante mencionar que la encuesta brindaba la opción "Nada inclusivo", no obstante, esta opción no fue seleccionada en ningún caso.

Gráfico 3. Percepción del ambiente laboral en términos de inclusión de género en la empresa (% de empresas)

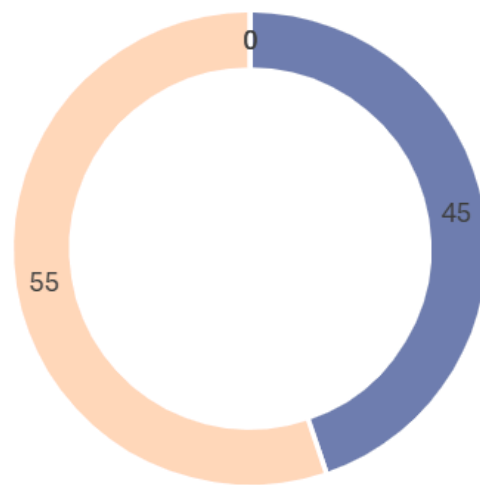


Para fomentar el ambiente inclusivo para las mujeres, las empresas que manifestaron tener un ambiente laboral bastante o muy inclusivo ejecutan determinadas prácticas y estrategias. Entre ellas:

- Llamados a equipos técnicos dirigidos únicamente a mujeres.
- Objetivos de paridad.
- Monitoreo del porcentaje de mujeres en la organización.
- Participación en proyectos y actividades que fomentan la inclusión de mujeres en la industria (por ejemplo, charlas a adolescentes para incentivar la formación en TI).
- Capacitaciones a mujeres en la empresa.
- Talleres y capacitaciones sobre equidad y género.

En cuanto al compromiso de la empresa con la inclusión de mujeres en la industria TI, el 55% de las empresas consideró estar muy comprometida mientras el 45% restante calificó estarlo de manera moderada. La encuesta permitía seleccionar opciones que indicaban menor grado de compromiso, sin embargo, ninguna organización las seleccionó.

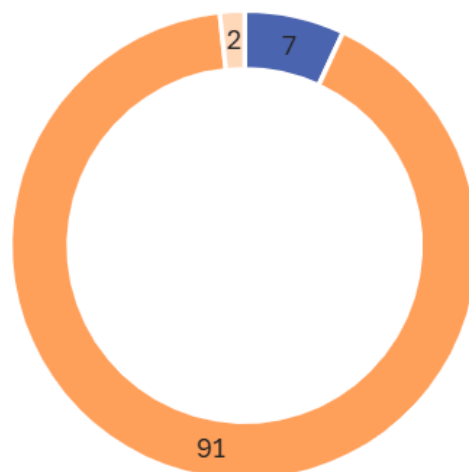
Gráfico 4. Calificación del compromiso de la empresa con la inclusión de mujeres (% de empresas)



■ Moderadamente comprometida ■ Muy comprometida ■ Poco comprometida ■ Nada comprometida

Asimismo, en cuanto a la percepción sobre las oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional de mujeres en comparación con sus colegas masculinos, desde la amplia mayoría de las empresas (91%) se considera que mujeres y hombres tienen iguales oportunidades, mientras un 7% las consideran menores para las mujeres y un 2% mayores.

Gráfico 5. Percepción sobre las oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional de mujeres en comparación a los hombres (% de empresas)



■ Con menos oportunidades ■ Con igualdad de oportunidades ■ Con mayores oportunidades

En las empresas que evaluaron las oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional de las mujeres como iguales o incluso mayores en comparación con sus colegas masculinos, se identificaron diversas prácticas orientadas a promover la equidad de oportunidades:

- Priorización de perfiles femeninos en roles donde históricamente hay menos representación.
- Fomento a la participación de mujeres en roles clave como gerencia, dirección, o liderazgo técnico.
- Monitoreo de indicadores de liderazgo femenino.
- Participación en eventos que promuevan el liderazgo femenino.
- Concientización interna sobre la brecha de género.
- Políticas de flexibilidad horaria y trabajo remoto como apoyo adicional a las tareas de cuidado.

Estas prácticas reflejan un enfoque integral hacia la equidad de género en el sector TI, abordando aspectos tanto estructurales como culturales dentro de las organizaciones. En este sentido, se observa que la inclusión de las mujeres constituye un componente frecuente dentro de la cultura organizacional en muchas empresas de tecnología.

Al consultar acerca del acuerdo en torno a determinadas afirmaciones vinculadas a la participación de mujeres, las afirmaciones que más acuerdo lograron fueron “En la empresa no miramos género al contratar, sino capacidades” y “En la empresa los salarios de hombres son iguales que los de mujeres a igual puesto de trabajo” (84% y 83% respectivamente).

Con proporciones significativamente menores se halla acuerdo con las afirmaciones “Es más difícil que una mujer en la empresa acceda a un cargo de dirección/gerencia” y “Que haya más hombres que mujeres no es una preocupación para la empresa” (17% y 16% respectivamente).

Finalmente, con el acuerdo del 5% o menos de las empresas, se hallan las afirmaciones “En reuniones las mujeres suelen ser mayormente interrumpidas”, “En la empresa los salarios de hombres son mayores que los de mujeres a igual puesto de trabajo” y “La rotación de mujeres es mayor que la de los hombres”.

Gráfico 6. Nivel de acuerdo con afirmaciones vinculadas a la participación de mujeres en las empresas (% de empresas)

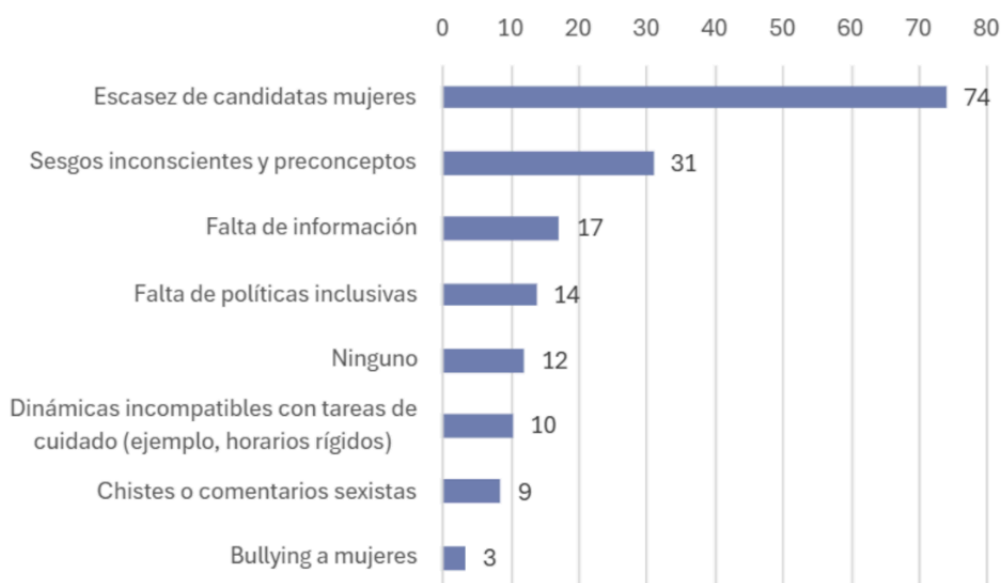


Finalmente, respecto a los desafíos para la inclusión de mujeres en la industria TI, se destacan la escasez de candidatas, mencionado por el 74% de las empresas y la existencia de sesgos inconscientes y preconceptos señalado por el 31%. En menor medida son indicados la falta de información, informado por el 17%, la falta de políticas inclusivas (14%) y las dinámicas incompatibles con tareas de cuidado (10%). Los desafíos con menor peso son los chistes o comentarios sexistas (9%) y el bullying a mujeres (3%). Por su parte, el 12% de las empresas indicó que no encuentran desafíos para la inclusión de mujeres.

Los hallazgos evidencian una combinación de desafíos estructurales, culturales y organizativos que limitan la inclusión de mujeres en la industria TI. Especialmente, la falta de mujeres candidatas destaca como el principal obstáculo, que implica barreras educativas y estereotipos de género, entre otros factores. Por otro lado, aspectos como los sesgos inconscientes y las dinámicas incompatibles con las tareas de cuidado señalan áreas donde las empresas pueden mejorar para fomentar un entorno más equitativo.

Adicionalmente, problemas como la falta de políticas inclusivas y las dinámicas incompatibles con las tareas de cuidado parecen ocurrir en menor medida y, por último, el bullying o los comentarios sexistas parecen suceder en casos muy puntuales, no obstante, es fundamental seguir abordando todos estos aspectos de manera adecuada en la medida en que ocurren.

Gráfico 7. Desafíos para la inclusión de mujeres en las empresas de tecnología



ATRACCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL TALENTO FEMENINO

En lo que refiere específicamente a atracción y contratación de talento femenino las empresas trabajan en múltiples aspectos. Son ejemplos de ello la redacción inclusiva de ofertas de empleo (siendo señalado por el 50% de las empresas), talleres y otras actividades¹ (48%), capacitación a reclutadores para evitar sesgos de género (36%) y hacer público el compromiso de la empresa con la equidad de género (28%).

Con menor frecuencia, se hallan otros aspectos como el planteo de objetivos o metas específicas para la contratación de mujeres (22%), campañas de sensibilización, por ejemplo, en redes sociales (21%) y políticas de igualdad de oportunidades específicas (19%). Cabe destacar que solamente un 12% de las empresas indicó que no trabaja en ningún aspecto vinculado con la atracción y contratación del talento femenino.

Gráfico 8. Aspectos en los que trabajan las empresas para la atracción y contratación de talento femenino (% de empresas)



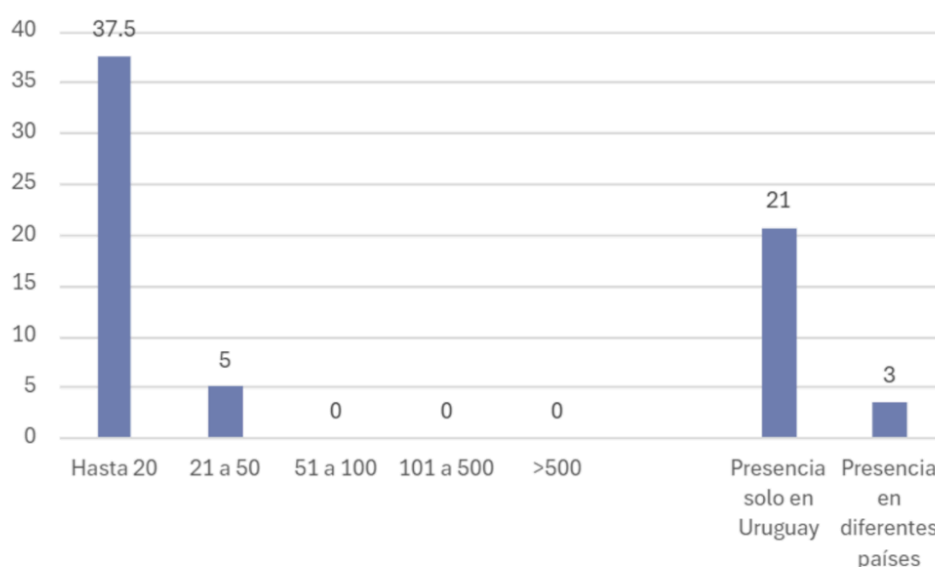
Un análisis más detallado revela que las empresas de menor tamaño (en cantidad de colaboradores) son las que en menor medida trabajan aspectos para la atracción y contratación de talento femenino. En esta línea, dentro del conjunto de empresas de hasta 20 colaboradores el 38% indicó no aplicar ninguna medida, así como lo hizo el 5% de las empresas de 21 a 50 colaboradores, pero ninguna empresa de mayor tamaño señaló lo mismo.

1. Incluyendo Techy x el día.

Siguiendo esto, las empresas con presencia únicamente en Uruguay son quienes señalan más que no trabajan ningún aspecto vinculado a la atracción y contratación de talento femenino: 21% de este tipo de empresas frente a solo un 3% de organizaciones con presencia en diferentes países que han indicado lo mismo.

Por otro lado, las empresas que cuentan con presencia en diferentes países trabajan todos los aspectos vinculados a la atracción y contratación de talento femenino en mayor medida que las empresas solo con presencia local, a excepción de la redacción de ofertas laborales que se realiza en mayor medida por estas últimas.

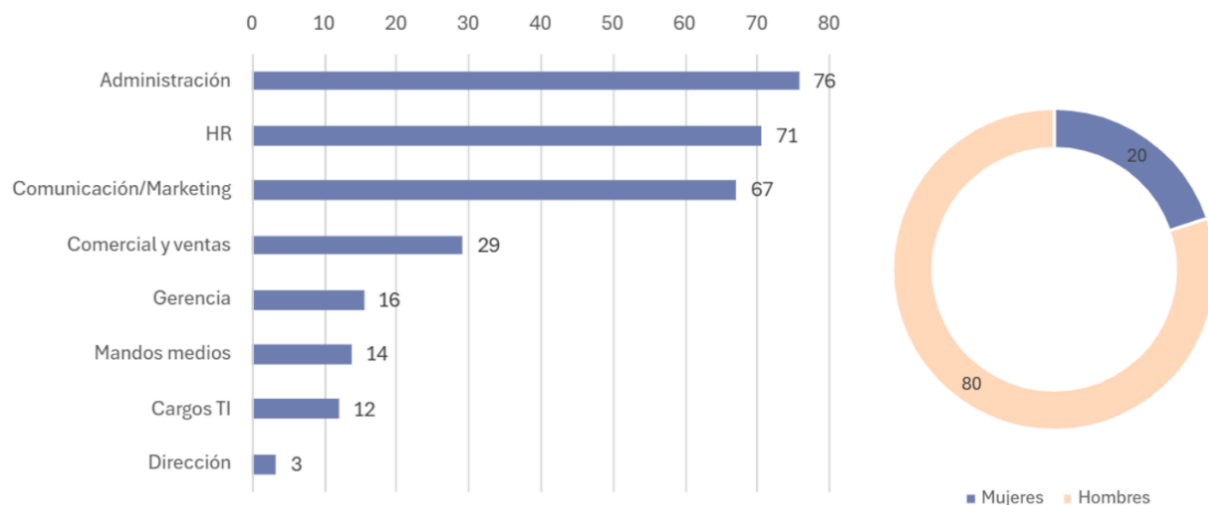
Gráfico 9. Porcentaje de empresas que no abordan ningún aspecto vinculado a atracción y contratación de talento femenino según tamaño y presencia internacional



En los procesos de selección, la mayoría de las organizaciones reporta una mayor presencia de mujeres que de hombres en llamados a cargos de administración, recursos humanos y comunicación/marketing (76%, 71% y 67% respectivamente), y un 29% de las empresas encuentra más mujeres postulantes para cargos en área comercial y ventas. La proporción de empresas que reportan más candidatas para posiciones de gerencia es de 16%, para mandos medios 14% y para roles de tecnologías de la información 12%. Finalmente, las candidaturas femeninas para cargos de dirección son reportadas solo por un 3% de las organizaciones.

En cuanto a los cargos relacionados con tecnologías de la información, entre el total de organizaciones relevadas se reporta que las candidaturas femeninas representan en promedio solo el 20%.

Gráfico 10. Cargos en los que se presentan más proporción de candidatas (% de empresas) (izq.) Distribución por género de quienes se postulan a cargos TI (%) (der.)

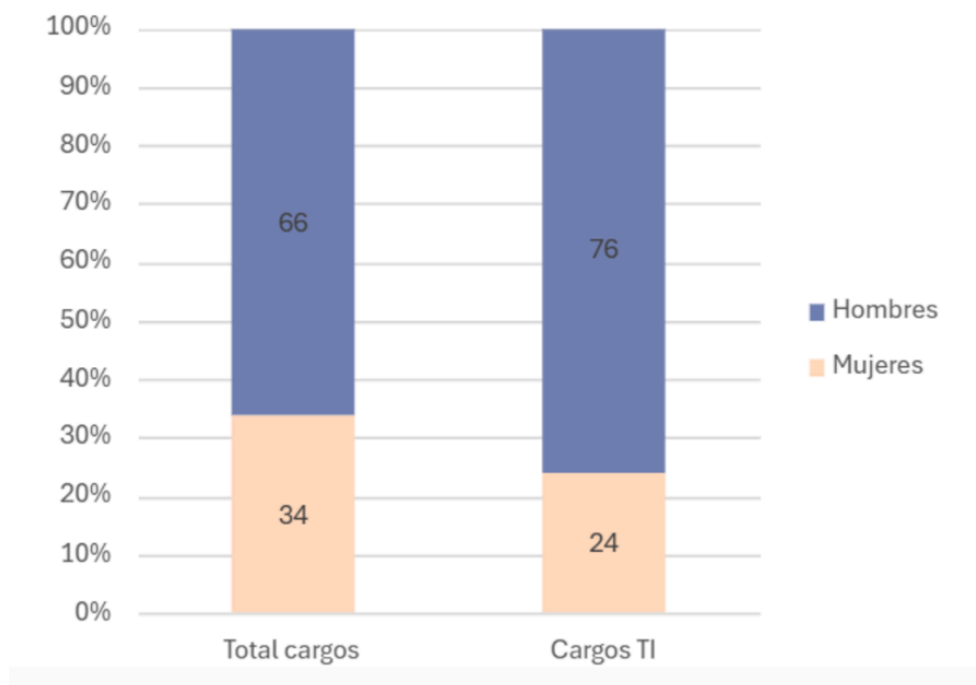


Esto pone de manifiesto una segmentación significativa en los procesos de selección según el área y nivel de responsabilidad. Asimismo, este panorama resalta la necesidad de gestar nuevas estrategias inclusivas en las empresas y dar continuidad a las ya existentes para atraer talento femenino en roles clave, como en TI y liderazgo, donde históricamente su participación ha sido menor. En conjunto, estos datos subrayan la importancia de fomentar políticas activas que impulsen la inclusión y el desarrollo profesional de mujeres en toda la jerarquía organizacional, especialmente en sectores subrepresentados.

GESTIÓN DE TALENTO FEMENINO

Según esta encuesta, en promedio, las mujeres ocupan solamente el 24% de los cargos en el área de tecnologías de la información, una cifra notablemente inferior al promedio de participación femenina en las empresas considerando todos los tipos de cargos, que asciende al 34%. Por lo tanto, puede concluirse que dentro de las empresas TI no solamente se encuentra una menor representación de mujeres en los procesos de selección para cargos relacionados específicamente con tecnologías de la información, sino que esta distribución se replica a nivel de empleo tecnológico. Como contracara, en estas organizaciones las mujeres están representadas en mayor medida en cargos vinculados a otras formaciones.

Gráfico 11. Porcentaje de participación por género en el total de cargos y en cargos TI



En lo que respecta al abordaje de la gestión de talento femenino, un 38% de las empresas encuestadas indicó que no implementa ninguna acción específica. Por el contrario, un 34% ha adoptado políticas enfocadas en la identificación de acoso y violencia de género y, en iguales proporciones (24% cada una) las empresas realizan capacitaciones sobre género para el área de gestión de talento, organizan talleres para todo el personal acerca de esta temática y ofrecen instancias de retroalimentación con las colaboradoras. Por último, solo el 9% de las empresas indicó que realiza evaluaciones internas orientadas a medir la contratación, retención y promoción de mujeres, y 7% que realiza prácticas dirigidas exclusivamente a mujeres.

Gráfico 12. Aspectos en los que trabajan las empresas para la gestión del talento femenino (% de empresas)

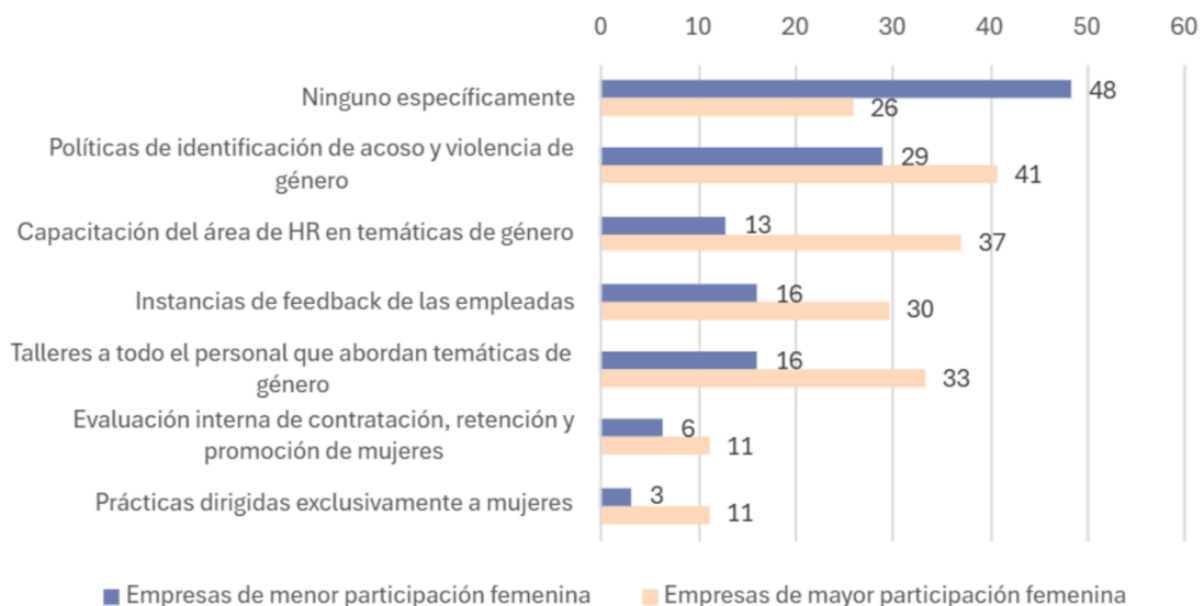


Un análisis más detallado muestra que las empresas que más trabajan en todos los aspectos vinculados a la gestión de talento femenino son las de mayor proporción de colaboradoras². Esto es particularmente evidente en la capacitación en temas de género para el personal encargado de la gestión de talento, mencionado en el 37% de las empresas con mayor participación de mujeres frente al 13% de las empresas con menor participación y en los talleres a todo el personal respecto a temáticas de género que se realizan en el 33% de las empresas con mayor representación femenina frente al 16% de las de menor representación.

Por otro lado, la ausencia de iniciativas específicas para gestionar el talento femenino es más frecuente en empresas con menor participación de mujeres en tanto casi la mitad de las organizaciones que reportaron no trabajar en ningún aspecto pertenece a este grupo mientras en el grupo de empresas con mayor presencia de mujeres este porcentaje disminuye casi a la mitad. Esto sugiere una relación significativa entre el nivel de empleo femenino en las empresas y las medidas adoptadas, en tanto las empresas que emplean en proporción más mujeres son las que más implementan estas iniciativas. Esta información puede apreciarse en el gráfico 13.

2. Las empresas han sido clasificadas de mayor y menor participación femenina según se encuentren por encima o por debajo del promedio de participación indicado anteriormente del 34%.

Gráfico 13. Aspectos en los que trabajan las empresas para la gestión del talento femenino según nivel de empleo femenino

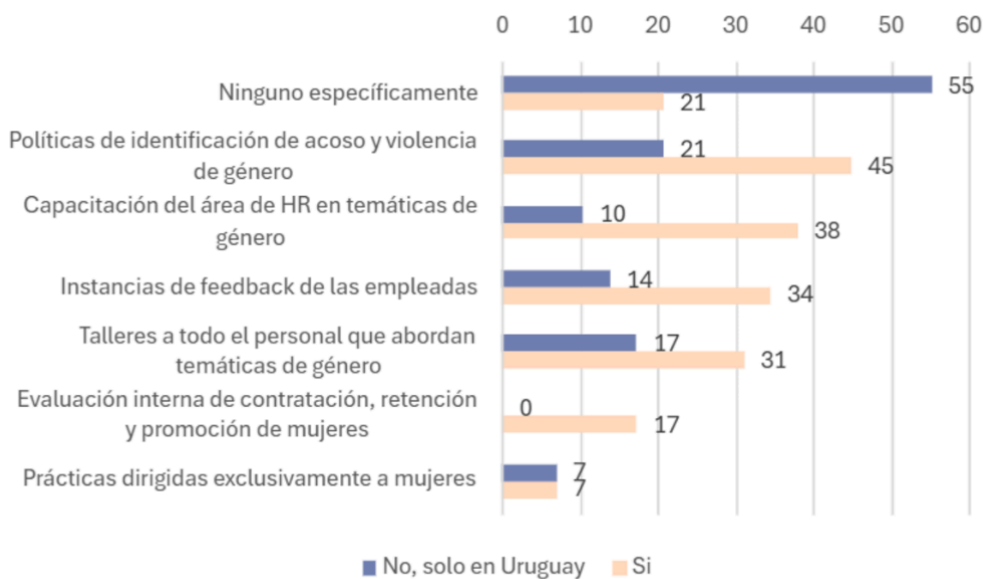


Por otro lado, las empresas que más trabajan estos aspectos también son las que tienen presencia en diferentes países, en tanto todos los aspectos tienen mayor peso en empresas de este grupo. Esto puede deberse a que este tipo de organizaciones cuentan en múltiples ocasiones con políticas y estrategias regionales o globales que trasladan a sus equipos en el país.

Particularmente, esta diferencia se observa en aspectos como la capacitación al equipo de gestión de talento en temáticas de género, trabajado en el 38% de las empresas con presencia en diversos países, frente al 10% de las organizaciones con presencia únicamente en Uruguay. Otro aspecto con gran brecha entre ambos tipos de empresa es la implementación de políticas de identificación de acoso y violencia de género, trabajada en el 45% de las empresas con presencia internacional y solo en el 21% de las empresas con presencia única en Uruguay.

Siguiendo esta línea, más de la mitad de las empresas con presencia solamente en Uruguay no trabaja ninguno de estos aspectos, frente al 21% de las empresas con presencia en diversos países. Se puede confirmar, entonces, que existe una relación entre la presencia de las empresas y el abordaje de la gestión del talento femenino. Esta información se encuentra disponible en el gráfico 14.

Gráfico 14. Aspectos en los que trabajan las empresas para la gestión del talento femenino según presencia internacional



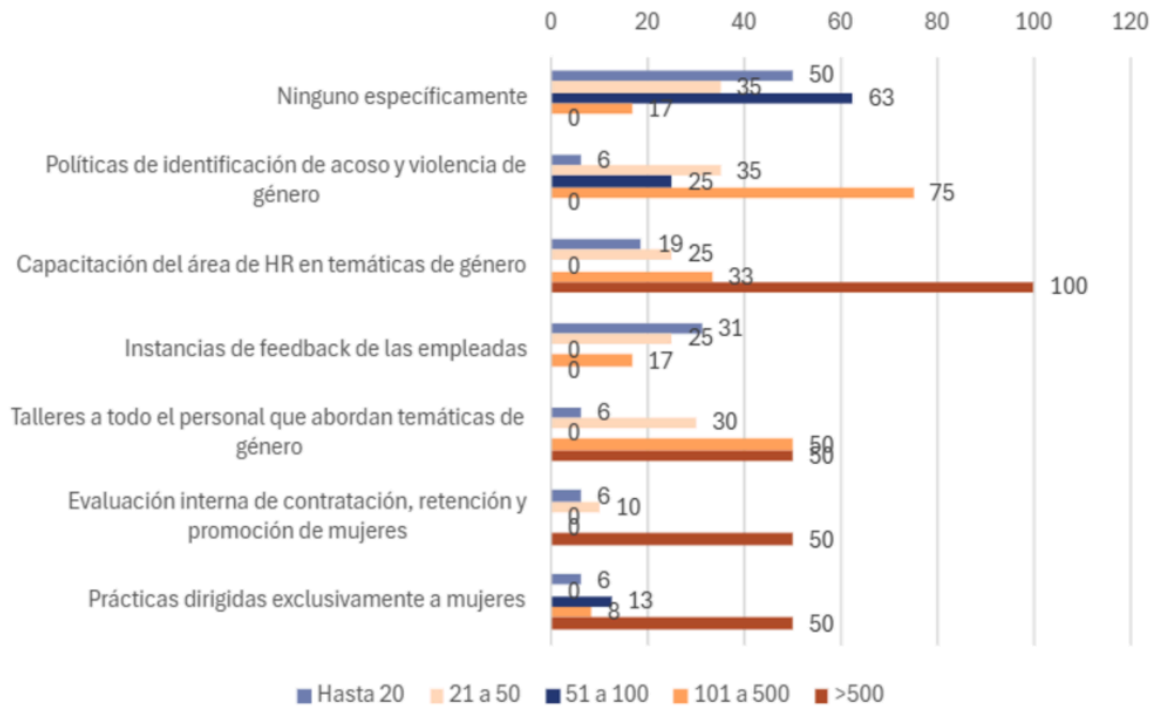
Por último, se analizó el abordaje de la gestión del talento femenino en las empresas según su tamaño. En este sentido, no se halla una relación clara en tanto no necesariamente las empresas de mayor tamaño trabajan en mayor proporción los aspectos analizados.

Por ejemplo, en lo que refiere a instancias de *feedback* de las colaboradoras, son las empresas de menor tamaño (hasta 20 colaboradores) quienes más las llevan a cabo, esto es en el 31% de estas empresas. Asimismo, empresas de tamaño medio (de 51 a 100 personas) solamente trabajan en *políticas de identificación de acoso y violencia de género* y *prácticas dirigidas exclusivamente a mujeres*, mientras organizaciones tanto de mayor como de menor tamaño trabajan en más aspectos. Esto permite afirmar que empresas de todos los tamaños tienen diferentes abordajes de la gestión de talento femenino.

Sin embargo, si se analiza la ausencia de aspectos abordados, se observa una mayor predominancia de las empresas comprendidas en los primeros tres tramos, es decir, de hasta 100 personas.

En suma, organizaciones de diversos tamaños abordan de diferente manera la gestión del talento femenino, siendo aquellas comprendidas en los primeros tramos las que más declararon no abordar ningún aspecto.

Gráfico 15. Aspectos en los que trabajan las empresas para la gestión del talento femenino según tamaño de la empresa³

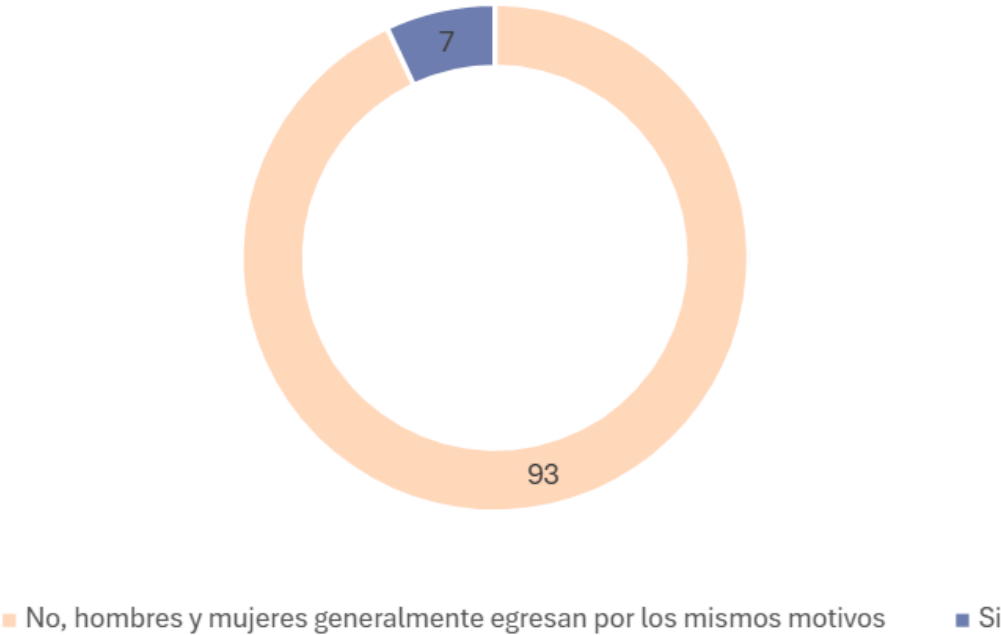


3. Puede existir subrepresentación o sobrerrepresentación de casos en la categoría Mayor a 500 por la sensibilidad generada debido a la baja cantidad de respuestas obtenidas en ese tramo.

EGRESO

También interesó conocer acerca de las diferencias entre las razones de egreso entre mujeres y hombres. En este sentido, la amplia mayoría de las empresas (93%) considera que hombres y mujeres generalmente egresan por los mismos motivos, aunque el 7% restante (cuatro casos) manifiestan que sí existen razones de egreso que expresan en mayor medida las mujeres como motivos familiares (ejemplo: cuidados) e incompatibilidad de horarios.

Gráfico 16. Existencia de diferencias entre el egreso de hombres y mujeres (% de empresas)



RECOMENDACIONES

En el relevamiento mediante encuesta también se consultó acerca de recomendaciones para la inclusión de mujeres en el sector; algunas ya se implementan en la actualidad mientras otras se plantean como posibilidades a futuro.

1. Educación y promoción temprana

- Brindar becas específicas para mujeres en programas de estudios de TI y negocios.
- Realizar actividades para aumentar el interés de las niñas en STEM, como charlas en escuelas y liceos, que incentiven la formación en TI
- Realizar actividades que ayuden a derribar sesgos de género desde edades tempranas.

2. Proceso de reclutamiento y selección inclusivo

- Implementar criterios de contratación que aseguren la igualdad de oportunidades.
- Diseñar procesos de selección con perspectiva de género, eliminando barreras que desincentiven la postulación de mujeres.
- Revisar el lenguaje de los llamados laborales para garantizar su inclusividad.

3. Retención y desarrollo profesional

- Garantizar condiciones equitativas en remuneraciones, promociones y capacitaciones.
- Promover políticas de mentoría específicas para mujeres, especialmente en aspectos como la negociación salarial.
- Establecer políticas de flexibilidad laboral que permitan la conciliación de la vida personal y laboral, incluyendo opciones como teletrabajo, licencias extendidas de maternidad/paternidad y horarios flexibles.

4. Inclusión en roles de liderazgo

- Promover la contratación de mujeres en roles de liderazgo y gerencia para aumentar su representación en la toma de decisiones.
- Ofrecer programas de pasantías o roles de trainee específicamente orientados a mujeres para iniciar su carrera en la industria.

5. Fomento de la cultura inclusiva dentro de las empresas

- Diseño e implementación de políticas y prácticas que promuevan la diversidad y el respeto.
- Sensibilizar a los equipos mediante talleres sobre perspectiva de género.
- Evitar comentarios sexistas o discriminatorios en entornos laborales.

6. Apoyo desde la industria y el sector público

- Crear políticas públicas que incentiven a las empresas a contratar mujeres.
- Incrementar la licencia maternal/paternal para equilibrar la carga de cuidado familiar.
- Generar beneficios específicos para empresas que implementen una perspectiva de género en sus prácticas.

7. Acciones prácticas y continuas

- Revisar y mejorar continuamente las políticas empresariales para garantizar equidad de género.
- Involucrar tanto a hombres como a mujeres en iniciativas de inclusión, fomentando la empatía y el compromiso colectivo.

PERSPECTIVAS SOBRE LAS MUJERES Y LA INDUSTRIA TI

La realización de grupos focales permitió profundizar en la percepción sobre las mujeres y su vínculo con el sector. A partir de estos encuentros, se destacan una serie de temas relevantes que permiten comprender los obstáculos, oportunidades y prácticas que influyen en la participación de mujeres en la industria TI.

Se realizaron tres grupos focales en los que participaron en promedio ocho mujeres desde diversos puntos del país y de diferentes nacionalidades. Respecto a sus roles, la cuarta parte del conjunto de participantes se desempeña en cargos TI mientras las otras tres cuartas partes del conjunto ocupa roles no tecnológicos.

OPORTUNIDADES PARA LAS MUJERES EN LA INDUSTRIA

Se halló un acuerdo general en que existe oportunidad para las mujeres dentro de la industria TI, tanto en términos de ingreso como de crecimiento.

“Sí veo las oportunidades (...) yo veo mujeres crecer divinamente, para el lado técnico, para el lado de gestión. Por suerte tengo el placer de ser testigo de mujeres creciendo todo el tiempo en empresas de tecnología” (P8, Delivery Head, Grupo focal 3).

Considerando que se trata de un sector de actividad que brinda ingresos que superan el promedio nacional, surge consenso en que la participación y desarrollo de las mujeres dentro de la industria impacta favorablemente, no solo en términos de libertad económica sino también en diversos aspectos de la vida cotidiana.

“Qué bueno sería que más mujeres puedan acceder a esto desde la base, por un tema de libertad económica y que de ahí para mí empieza todo, porque los sueldos en esta industria son mayores. Las posibilidades, la flexibilidad” (P1, Directora, Grupo focal 2).

“Yo soy monoparental. Y entrar en el área de informática me permite mantenerme, mantener a mi hijo, y estar presente en todas las actividades. O sea, que es una buena oportunidad para otras madres que estén pasando por la situación de monoparentalidad” (P5, Soporte, Grupo focal 2).

ESCASEZ DE CANDIDATAS EN LOS LLAMADOS LABORALES

A pesar de las oportunidades detectadas, la escasez de candidatas en los llamados laborales es mencionada de forma recurrente, especialmente por parte de quienes participan de los procesos de selección en las organizaciones. En consonancia con lo registrado en la encuesta, las empresas detectan dificultades a la hora de encontrar candidatas disponibles, sobre todo para ocupar roles técnicos, a raíz de la menor proporción de mujeres formadas en tecnología.

“Cuando hago hunting y busco hombres, desde que lo contactaste a que te responde, hacés la entrevista, capaz que de diez que contactaste te quedas con dos y eso en un día lo puedo hacer para hombres, pero para mujeres me lleva dos días o tres” (P1, Directora, Grupo focal 2).

“En el interior tenemos mucha dificultad con el tema de conseguir reclutar mujeres, está como más marcado todavía (...) Hay menos mujeres” (P5, Comercial, Grupo focal 3).

“Generalmente hay más chicos que se postulan, pero seguimos siendo pocas las informáticas más allá de que ha cambiado bastante desde que yo empecé a estudiar. Ha cambiado bastante la perspectiva, pero igualmente seguimos siendo pocas. Entonces no recibimos tantas chicas como quisiéramos” (P3, Lider técnica, Grupo focal 2).

“Van dos llamados que hacemos a personas con uno o dos años de experiencia y no pudimos encontrar una sola mujer, no se presentó ninguna” (P8, Delivery Head, Grupo focal 3).

Consideran uno de los factores clave para invitar a que más mujeres se acerquen a la industria, a la implementación de acciones directamente con mujeres de distintas edades, por ejemplo, participando de actividades que contrarresten la falta de información general sobre el sector tecnológico y sobre la amplitud de roles disponibles.

“Participamos en las jornadas de mujeres en TIC para comentar, tratamos de estar asistiendo a universidades, todo para para que las chicas sepan qué hacemos las mujeres en tecnología (...) Nosotros pensamos que a veces no hay información de lo que hace una persona en tecnología y de todas las disciplinas que hay, todas se imaginan que es programar y es mucho más amplio que solo programar” (P5, Portfolio Manager, Grupo focal 1).

“En el interior pasa mucho que hay desinformación. Nosotros si bien intentamos incentivar, intentamos informar e intentamos que la gente sepa que están estas oportunidades, todavía sigue existiendo (...) es difícil sobre todo llegar cuando las personas están en educación secundaria, desconocen las opciones que hay para estudiar” (P4, Comercial, Grupo focal 3).

Se menciona que se trata de un trabajo que es necesario realizar de forma continua para lograr que más cantidad de mujeres se acerquen a la industria, desde el entendimiento de que estas acciones lograrán resultados en el mediano y largo plazo.

“Es como muy granular. Me parece que teniendo roles de mujeres referentes ahí es de a poquito. A medida que las empresas vayan abriendo, esto no va a ser de un día para el otro. Si tuviéramos la solución ya lo hubiéramos resuelto y lo venimos haciendo continuamente. Entonces creo que a medida que vayamos avanzando, vamos teniendo más ejemplos” (P4, Responsable de sostenibilidad, Grupo focal 1).

“Creo que tener más instancias donde mujeres cuenten experiencias de cómo se sienten o por qué estudiar QA o por qué estudiar algún otro rol por fuera del developer clásico que hay en las empresas de tecnología está bueno y puede motivar” (P2, Gerente de talento, Grupo focal 3).

Ante la escasez de candidatas, además de brindar información en distintos niveles, desde las empresas se elaboran diferentes estrategias. Por ejemplo, se señala la realización de convocatorias específicamente dirigidas a mujeres y la publicación de llamados en entornos de mujeres.

En este sentido, algunas empresas combinan los llamados laborales dirigidos exclusivamente a mujeres y aquellos abiertos para mujeres y hombres con el objetivo de cubrir los puestos en función de las necesidades existentes. Mientras tanto, otras empresas no realizan convocatorias dirigidas únicamente a mujeres en ninguna ocasión, aunque algunas de ellas trabajan en que la redacción de esas convocatorias no sea excluyente.

“A nivel de políticas de contratación, entendiendo que queríamos que el equipo fuera diverso y que cuando sacamos una foto estábamos bastante lejos (...) lo que tratamos de hacer es que cuando abrimos un llamado que no necesitamos una persona ya, tratamos de publicarlo primero en redes de mujeres. Decimos, bueno, este llamado va a quedar dos semanas acá en esta red y si no se contrata alguien, después pasamos al otro estadio y lo abrimos” (P9, Gerente de sostenibilidad, Grupo focal 1).

“Nosotros en (empresa) hacemos a veces llamados específicos a mujeres y siempre se presentan muchísimas mujeres. Y cuando hacemos un llamado donde no lo marcamos solo para mujeres, se presentan muy pocas, entonces está bueno hacer iniciativas que apunten directamente a mujeres porque es una forma de invitarlas a que participen” (P1, Gerente, grupo focal 3).

“Nosotros en (empresa) sí, en su momento queríamos cortar la brecha en el equipo de soporte que eran todos varones. Hicimos llamados exclusivos de mujeres y ahora ya es otra cosa. Logramos que entraran mujeres al equipo de soporte” (P3, Gerente, Grupo focal 1).

“En cuanto a cuando llamás, no hay diferencia de que tiene que ser varón o mujer en realidad. Incluso el llamado como tal se preocupan pila de ponerlo en lenguaje inclusivo como para que todo el mundo se sienta atraído por la propuesta” (P3, Líder técnica, Grupo focal 2).

La realización de convocatorias dirigidas a mujeres cobra relevancia en la medida en que, en ocasiones, ellas expresan sentirse más confiadas de postularse a un llamado dirigido exclusivamente a su género en comparación a hacerlo a un llamado abierto.

“Entré en soporte, porque se hizo directamente un llamado al área de soporte para mujeres con las skills y estaba direccionado para mujeres (...) O sea, yo sé que los hacen generales (a los llamados), pero normalmente si ves que es para mujeres tiendes a sentirte más libre de postularte” (P5, Soporte, Grupo focal 2).

“Es una limitación que nos ponemos a veces (...) gestada por el contexto. Creo que todo eso nos condiciona a tener un poquito ese miedo y decir, bueno, ¿me anoto o no me anoto?” (P3, Equipo de testing, Grupo focal 3).

Los esfuerzos se replican al momento de las entrevistas laborales, en tanto desde varias empresas se trabaja en generar entrevistas no sesgadas. Esto comprende, por ejemplo, evitar preguntas vinculadas a los roles de género, planificación familiar, tareas de cuidado, entre otras. En este sentido, las entrevistas se centran en las capacidades de la candidata, y otros aspectos que forman parte de la dimensión laboral.

Para ello, en múltiples ocasiones quienes llevan a cabo las entrevistas reciben formación específica y así mejorar la calidad de estos procesos. Además, algunas organizaciones extienden estas capacitaciones en inclusión a otros roles dentro de la empresa, promoviendo una cultura laboral más inclusiva y equitativa en todos los niveles.

“Se nos capacita a todas las personas que hagamos entrevistas. Independientemente de quién haga la entrevista, se nos capacita en cómo hacer las entrevistas para que no sean sesgadas o no preguntemos cosas que no son, o no preguntar cosas que le preguntaríamos a un hombre y no a una mujer o viceversa (...) se arman cursos para los que entrevistan, para los líderes de equipo, para los project manager” (P6, Gerente de diseño, Grupo focal 1).

Especialmente, algunas personas vinculadas a la gestión de talento consideran que todas estas estrategias aportan resultados positivos, en tanto funcionan en mayor o menor medida como incentivo para el aumento de la cantidad de mujeres que se presentan a los llamados, incluso en convocatorias a cargos técnicos.

“Hay algo curioso, que en los últimos tres años en nuestro programa de becas ha entrado 50% hombres y 50% mujeres. Se nos dio y creemos que es por hacer todas estas políticas internas de cómo entrevistamos, cómo hacemos los llamados” (P6, Gerente de diseño, Grupo focal 1).

HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS DE MONITOREO

Otras iniciativas esbozadas por las organizaciones guardan relación con el monitoreo del estado de situación respecto a las mujeres ya sea a través de herramientas propias o externas.

“Específicamente en género a nosotros lo que nos ayudó un poco a formar un esqueleto fueron los WEPs, de la ONU. Te hace hacerte una cantidad de preguntas que capaz que no existían, o nadie se las hizo o no estaba visualizado (...) La primera vez que nos medimos éramos nivel principiante, que era como una cachetada. Entonces de ahí nos fuimos fijando pasar a un nivel intermedio y después a un nivel avanzado. A partir del 75% de esta medición es nivel líder que aún no hemos llegado, pero es el camino que hemos trazado en estos años” (P9, Gerente de sostenibilidad, Grupo focal 1).

“En todo vamos preguntando cómo viene el ratio de mujeres que se contratan y cuántas mujeres deciden irse de la empresa comparado con los hombres (...) de ahí ¿qué podemos entender? ¿hace falta algún otro beneficio? Porque si nos enfocamos solo en hacer crecer la parte que entra, pero no nos preocupamos por las personas que se van, estamos tratando de poner agua en un colador” (P1, Gerente, Grupo focal 3).

Al referirse a la dimensión salarial, se encontraron diversas herramientas de transparencia para asegurar que todos los colaboradores estén en conocimiento de la equidad en los salarios de los colaboradores, independientemente de su género.

“Tenemos franjas salariales por rol, por seniority y públicas. Entonces eso también ayuda a que entre quien entre, si sos líder varón o lider mujer, tu franja salarial va a ser la misma y la forma de aumentar de salario es la misma” (P1, Lider de talento, Grupo focal 1).

PRESENCIA FEMENINA EN ROLES ORGANIZACIONALES

Se indica que es frecuente que algunos cargos dentro de las organizaciones sean mayormente ocupados por mujeres, en general de naturaleza no tecnológica, como es el caso de roles de administración, marketing y gestión de talento. Asimismo, se menciona en múltiples casos la frecuencia de mujeres en roles de liderazgo.

Adicionalmente, es señalado que entre algunos cargos tecnológicos también se puede identificar un mayor nivel de presencia femenina que en otros. Por ejemplo, en testing y QA.

“Hoy traía el número de 35% de mujeres (en el total del empleo de la empresa), pero en roles de liderazgo es el 65%” (P10, Gerente de marketing y comunicaciones, Grupo focal 1).

“El equipo de liderazgo de Uruguay es más mujeres que hombres. No me acuerdo si hay 65% de mujeres en el equipo de liderazgo” (P6, Gerente de diseño, Grupo focal 1).

A pesar de enfatizarse en que es deseable que más mujeres se formen en tecnología, existen oportunidades para roles de diversas formaciones dado que aportan perspectivas complementarias a lo técnico y pueden desempeñarse en las distintas áreas que componen a las organizaciones. En este sentido, la reconversión constituye una vía de ingreso a la industria.

“Yo creo que ahí es una puerta de entrada la reconversión precisamente. Mujeres que no hayan elegido la ingeniería como primera formación y es como una entrada al sistema (...) Yo estudié psicología, no había hecho ingeniería en sistemas y aún así entré y después me enganché a aprender un montón de cosas” (P3, Equipo de testing, Grupo focal 3).

“Estudié Finanzas y tengo una Maestría en Políticas Públicas. Nada que ver con tech (...) Mi camino ha sido muy interesante porque en algún momento para tener contacto con los clientes y entender sus necesidades me va mejor a mí que a los roles técnicos de la empresa. La mayoría de clientes no son técnicos y la comunicación es fundamental” (P7, CFO, Grupo focal 3).

EQUIPOS DE TRABAJO Y ENTORNO LABORAL

Otro eje abordado en los grupos focales radicó en la composición de los equipos. Al respecto, se llega a un alto nivel de acuerdo en todos los grupos focales acerca de lo favorable que resulta que existan equipos de trabajo equilibrados. Sin embargo, la escasez de mujeres dificulta que los equipos se conformen de manera diversa.

“Siempre decimos que funcionan mucho mejor los equipos que están equilibrados, en los que hay mujeres y que hay varones. Y nosotras, que dirigimos varios proyectos en distintos clientes de distintos tamaños, proyectos de dos, tres personas hasta 15, decimos que funcionan mucho mejor, somos re complementarios” (P5, Portfolio Manager, Grupo focal 1).

“Comparto que los equipos ni para un lado ni para el otro. Cuando están bien distribuidos creo que sí son los mejores equipos, son los diversos, ¿no? Los que representamos todos, creo que son los más ricos que se dan” (P6, Gerente de diseño, Grupo focal 1).

“La diversidad enriquece y es lo que hace más rico el vínculo, no solo entre el equipo, sino entre las áreas y a veces es difícil llegar a esa diversidad. Cuando ves un equipo que son todos hombres y decís `qué bien haría acá que compartan con chicas´, para que se saquen los sesgos, y eso yo lo veo como un desafío” (P3, Líder técnica, Grupo focal 2).

En múltiples ocasiones no ha ocurrido este equilibrio en los equipos y las mujeres ocupan una menor proporción en ellos. Incluso, se identifica que existen equipos con una única integrante femenina. En este entorno ellas señalan en general no sentirse excluidas, sino que encuentran dentro de las empresas un entorno inclusivo.

“Yo en particular nunca me sentí distinta al resto, también hace veinte años eran muchísimos hombres y nunca me lo hicieron sentir, ni lo sentí yo como un trato distinto” (P1, Gerente, Grupo focal 3).

“A veces está un poco ese miedo de que son todos hombres; me pasó. Y bueno, me metí, tratás de hablar, de sacarte ese miedo. Somos todas personas más allá del género (...) te podés llevar lo más bien” (P2, Gerente de talento, Grupo focal 3).

Además, aquellas colaboradoras que provienen de otras industrias y han migrado al sector TI, notan determinadas diferencias con el sector de las tecnologías, en tanto en otros rubros, a pesar de contar en muchos casos con equipos de trabajo más equilibrados en torno al género, el ambiente inclusivo es menor.

“Siento que hay un espacio para mi crecimiento en la empresa. Me preguntan qué opino, si tengo propuestas. Comparándolo, antes trabajaba en algo más específico de mi área de estudio y yo me sentía con mucha menos libertad de proponer cosas a la hora de pensar en algo nuevo que acá” (P2, Asistente de talento, Grupo focal 1).

“Yo vengo de otra industria, o sea, vengo de la industria de la publicidad y tuve experiencias en otro lado que me preguntaron en una entrevista de trabajo si pensaba quedar embarazada, por ejemplo” (P10, Gerente de marketing y comunicaciones, Grupo focal 1).

Esta perspectiva positiva del sector puede deberse a los esfuerzos colocados por las empresas de tecnología en generar entornos inclusivos en términos generales. Especialmente, se resalta la importancia de ciertos roles referentes en la generación de estos entornos y en el fomento de la confianza, sobre todo cuando esos roles son ocupados por otras mujeres.

“Yo creo firmemente que las organizaciones tienen una cultura y que esa cultura de respeto y confianza la transmitimos los que estamos en cargos más de liderazgo, que lideramos equipos” (P5, Portfolio Manager, Grupo focal 1).

“Tuve una mentora que fue fantástica y que me dio pila de oportunidades. Siempre valoro eso, qué importante es tener un mentor en el trabajo, que valore lo que estás haciendo, que te tire para adelante, que pueda ver más allá de tu cara y de tu voz, que pueda valorar lo que hacés realmente” (P3, Líder técnica, Grupo focal 2).

Sin embargo, también se encuentran casos puntuales en los que las mujeres han enfrentado situaciones no deseadas, como comentarios o chistes sexistas y subestimación.

“En el correr de todos estos años ha habido comentarios que no ha lugar pero creo que también es una oportunidad para seguir enseñando a nuestros compañeros porque en la gran mayoría de los casos es sin malicia (...) creo que también está en nuestro rol enseñar qué sí, qué no, con qué nos sentimos cómodas y con qué no” (P1, Gerente, Grupo focal 3).

“Subestimación, subestimación por sobre todas las cosas (...) no sé, si se cae el sistema o se cae el servidor en producción, o lo que sea que nos suceda, tenemos todos la misma formación ¿por qué yo no podría resolverlo?” (P3, Lider técnica, Grupo focal 2).

“Cuando comencé a atender llamadas me pasaba que me pedían `pero pásame con uno de los chicos´ porque aparte tengo acento y soy mujer. Ya supones que yo no sé responderte el inconveniente que estás teniendo. Entonces demostrar constantemente, ya sea por mail, cuando me conecto a un servidor y digo que algo no está funcionando, que sé lo que te estoy diciendo y muchas veces tengo que aparte de pasar el mail, llamar y ponerme a hablar con una persona, pedir una meet para que veas que sí estoy entendiendo. No es que te estoy diciendo por decirte el inconveniente, o sea, sé de qué estoy hablando” (P5, Soporte, grupo focal 2).

Algunas empresas cuentan con equipos integrados por diferentes roles de la organización. Entre otros, tratan aspectos relacionados con la gestión del talento femenino, entre ellos la convivencia, la capacitación, las carreras, la retención y el egreso. Mientras tanto, otras organizaciones no han generado ningún dispositivo de esta índole.

“Hay una comisión de género donde cada tanto se hacen reuniones incentivando a las mujeres a seguir capacitándose o a seguir en el camino de la tecnología. Hay varias oportunidades donde trabajar esto y también las incomodidades. La integran empleados de la empresa y también algunos del directorio que se postulan, hombres y mujeres” (P6, Soporte, Grupo focal 3).

“Nosotros tenemos un área de diversidad, equidad e inclusión que es global (...) Tratamos de medir cómo venimos nosotros en términos de porcentajes de mujeres y hombres en la empresa, también en porcentaje de mujeres y hombres en roles de dirección porque tenemos una meta que cumplir” (P1, Gerente, Grupo focal 3).

“En la empresa en la que estoy no hay nada, son todos varones y tuvo que llegar una mujer para que empiecen a pasar cosas. A los hombres que estaban a ninguno le pareció algo relevante de hacer” (P8, Delivery Head, Grupo focal 3).

“En la empresa que trabajo tampoco hay nada (...) En el equipo técnico no hay ninguna mujer y no hay una política definida ni algo que se haga aún” (P4, Comercial, Grupo focal 3).

VIDA LABORAL Y FAMILIAR

A pesar de los esfuerzos en la gestión, y particularmente en la retención del talento femenino, en ocasiones las mujeres que trabajan en la industria encuentran una disyuntiva entre la vida laboral y familiar, en particular en torno a la maternidad y el crecimiento que pueden lograr en su carrera profesional.

“Cuando fui mamá, que me quedé como con eso de `Ay, no, no voy a poder´. Dedicaba tanto tiempo (al trabajo) y ahora quería dedicarle tiempo a esta personita que ni siquiera pidió venir, que la busqué yo, entonces era esto de `¿cómo hago? Seguro no me van a querer en ningún lugar porque me tengo que ir a buscarla, la tengo que amamantar´. Pero me di cuenta que fui más yo que el resto de la gente, que me puse yo este techo de decir `soy madre, no puedo jugar a ser profesional´. De hecho, renuncié a todo” (P3, Lider técnica, Grupo focal 2).

“Sí he manifestado y me sigo preparando para cuando llegue la oportunidad que la empresa que está creciendo me permita ocupar algún área de liderazgo. Y también sacarme el sesgo de que soy mamá. Soy buena en las dos cosas, ¿cómo puedo ser una buena lider y puedo ser una buena madre? Estar presente, daré el 100 a las dos cosas, se ve algo complicado, pero bueno es la idea para seguir creciendo porque sí tiene buenos beneficios esta área” (P5, Soporte, Grupo focal 2).

CONCLUSIONES

La mayoría de las organizaciones que participaron en la encuesta consideran su ambiente laboral muy inclusivo o bastante inclusivo y la totalidad manifiesta tener compromiso con la inclusión de mujeres en la industria de forma moderada o alta. Asimismo, desde la amplia mayoría de las empresas se considera que mujeres y hombres tienen iguales oportunidades y que, al contratar talento, son las capacidades de las personas las que priman por sobre el género.

Sin embargo, la menor presencia de las mujeres se evidencia en tanto representan solo un 34% del empleo en las empresas, disminuyendo este porcentaje a 24% si se observan los cargos en el área de tecnologías de la información. Esto es producto, principalmente, de una menor cantidad de mujeres en los procesos de selección, que puede vincularse en parte a una menor proporción de mujeres que se forman en tecnología y a falta de información sobre el sector. Mientras, en lo que respecta a aspectos internos de las empresas, los sesgos inconscientes y preconceptos así como la falta de políticas inclusivas pueden afectar la inclusión de mujeres, aunque, según el relevamiento, pueden ocurrir en menor medida.

Ante estas situaciones, una proporción importante de empresas implementa prácticas y estrategias de inclusión tanto en la atracción y contratación de talento femenino (por ejemplo, redacción inclusiva de ofertas de empleo y capacitación a reclutadores para evitar sesgos de género) como en la gestión de talento femenino (como políticas enfocadas en la identificación de acoso y violencia de género e instancias de retroalimentación con las colaboradoras). Respecto a esto último, se identifica que las empresas con mayor proporción de mujeres son las que más abordan aspectos de gestión de talento femenino, lo que podría indicar el éxito de las medidas adoptadas.

Por otro lado, a partir del análisis de los grupos focales, se halló un acuerdo general en que existe oportunidad para las mujeres dentro de la industria TI, tanto en términos de ingreso como de crecimiento, lo que impacta favorablemente en términos de libertad económica y diversos aspectos de la vida cotidiana. Se considera clave para invitar a que más mujeres se acerquen a la industria, las acciones focalizadas que contrarresten los desafíos identificados. Por ejemplo, charlas con mujeres de diferentes edades, llamados dirigidos a mujeres, y utilización de herramientas de monitoreo que otorguen resultados positivos, aunque no siempre en el corto plazo.

A pesar de enfatizarse en que es deseable que más mujeres se formen en tecnología, se señala que existen oportunidades para roles de diversas formaciones dado que aportan perspectivas complementarias a lo técnico y pueden desempeñarse en las distintas áreas que componen a las organizaciones. En este sentido, la reconversión constituye una vía de ingreso a la industria.

Por último, si bien las mujeres ocupan una menor proporción en muchos equipos dentro de las empresas TI, señalan en general no sentirse excluidas, sino que encuentran dentro de las organizaciones un entorno inclusivo. Se destaca en este sentido la importancia de roles referentes en la generación de estos entornos y en el fomento de la confianza, sobre todo cuando esos roles son ocupados por otras mujeres. Sin embargo, en casos puntuales algunas han enfrentado situaciones no deseadas, como comentarios o chistes sexistas y subestimación. Para abordar estos aspectos, entre otros, algunas empresas cuentan con comisiones y otros dispositivos, aunque en otros casos no existe ninguno.

Los hallazgos indican oportunidades y un entorno inclusivo para las mujeres en términos generales, aunque también se identifican desafíos tanto estructurales como internos en las organizaciones. En efecto, algunas empresas lideran con prácticas inclusivas, mientras otras permanecen rezagadas. Este contexto pone de manifiesto múltiples fortalezas del sector para la inclusión de mujeres, pero también la necesidad de continuar avanzando tanto en la sensibilización como en la adopción de políticas que fomenten una mayor representación femenina en todos los niveles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cuti (2024). Informe anual del Sector TI.

Cuti (2024b). Informe de Formación Académica en TIC.

Cuti (2024c). Impacto del sector TI en la economía uruguaya y agenda para consolidar la evolución del sector.

Deloitte (2022). Mujeres en la industria tecnológica. La diversidad ganando terreno.

Ministerio de Desarrollo Social (2022). Estadísticas de Género 2022. Instituto Nacional de las Mujeres.

